

**KETIDAKSANTUNAN PELANGGAN TERHADAP *CUSTOMER SERVICE*
PROVIDER INTERNET DI TWITTER PADA AWAL PANDEMI COVID-19
(Customers' Impoliteness Strategies toward ISP's Customer Service on Twitter at
The Beginning of Covid-19 Pandemic)**

**Nadhifa Indana Zulfa Rahman, Salma Qonitah, Suci Fitriany, & Tomi Santoso
Kata.ai**

**Jl. Kemang Raya, Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 12730,
Indonesia**

Pos-el: dhifa.zulfa@kata.ai

(Diterima: 14 Oktober 2021; Direvisi: 14 Februari 2022; Disetujui: 20 Februari 2023)

Abstract

This study aims to describe the use of impoliteness strategies used by customers to customer service of one of Indonesia's internet providers. The method used in this study has three stages. The first stage is data collection. Data collection was carried out using the non-participant observation method, tweet scraping using the python package, and note-taking technique with annotation. The second stage is data analysis. Data analysis was carried out by applying Culpeper's impoliteness theory. Third, the presentation of the results of data analysis with formal and informal methods. The results of this study indicate that there are several impoliteness strategies used by customers, namely: 1) insulting, 2) sarcasm, 3) threatening, 4) using taboo words, 5) using inappropriate terms of address, 6) not taking the speech partner seriously, 7) being unsympathetic, 8) using obscure/secretive language, and 9) withholding politeness.

Keywords: *impoliteness strategies of Culpeper, Twitter, customer service*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan mendeskripsikan penggunaan strategi ketidaksantunan pelanggan kepada customer service salah satu provider internet di Indonesia. Metode yang digunakan dalam penelitian ini ada tiga tahap. Tahap pertama adalah pengumpulan data. Pengumpulan data dilakukan dengan metode simak dengan teknik simak bebas libat cakap, tweet scraping menggunakan python package, serta teknik catat melalui proses anotasi. Data yang digunakan dalam penelitian ini berupa twit keluhan pelanggan salah satu provider di Indonesia kepada customer service yang disampaikan melalui akun Twitter resmi provider tersebut yang berjumlah sebanyak 2.500 twit dalam kurun waktu 15 April—30 Juni 2020. Tahap kedua adalah analisis data. Analisis data dilakukan dengan menerapkan teori ketidaksantunan Culpeper. Ketiga, penyajian hasil analisis data dilakukan dengan metode formal dan informal. Hasil penelitian ini menunjukkan ada beberapa strategi ketidaksantunan yang digunakan pelanggan, yaitu: 1) menghina, 2) menyindir, 3) mengancam, 4) menggunakan kata-kata tabu, 5) menggunakan sapaan yang tidak seharusnya, 6) menganggap tidak serius mitra tutur, 7) tidak simpatik, 8) menggunakan bahasa yang tidak jelas, dan 9) menahan kesantunan.

Kata-kata kunci: *strategi ketidaksantunan Culpeper, Twitter, customer service*

DOI: 10.26499/jk.v19i1.4086

How to cite: Rahman, Nadhifa I.Z. dkk. (2023). Ketidaksantunan Pelanggan Terhadap Customer Service Provider Internet di Twitter pada Awal Pandemi Covid-19. *Kandai*, 19(1), 91—107 (DOI: 10.26499/jk.v19i1.4086)

PENDAHULUAN

Sejak Covid-19 mewabah, situasi dunia berubah. Pada awal pandemi,

banyak negara memberlakukan karantina wilayah dan pembatasan sosial berskala besar (PSBB), tidak terkecuali di Indonesia. Kasus Covid-19 pertama di

Indonesia dikonfirmasi oleh Presiden Jokowi pada tanggal 2 Maret 2020, walaupun sebenarnya, oleh tim pakar Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Indonesia (FKM UI) virus ini diperkirakan masuk Indonesia sejak minggu ketiga Januari 2020 (detikcom, 2020a).

Pada 15 Maret 2020, Presiden Joko Widodo mengimbau seluruh masyarakat untuk mulai melakukan semua aktivitas dari rumah guna mencegah penyebaran virus Covid-19. Imbauan itu pun disambut positif oleh masyarakat. Sejumlah warganet bahkan mengampanyekan tagar #dirumahaja untuk mengajak semua masyarakat melakukan aktivitas dari rumah. Tagar #dirumah aja kemudian menjadi topik trendi di Twitter dengan lebih dari 18.000 twit pada 16 Maret 2020 (Iskandar, 2020).

Oleh karena pembatasan aktivitas luar ruangan tersebut, masyarakat juga banyak yang memutuskan untuk memasang layanan internet nirkabel di rumah. Dengan meningkatnya pengguna layanan internet nirkabel di rumah, meningkat pula tanggapan terhadap provider, khususnya melalui media sosial. Salah satu tanggapan yang muncul adalah berkaitan dengan komplain. Manusia mengekspresikan ketidakpuasan atau rasa jengkel dengan menyatakan tuturan keluhan sebagai reaksi terhadap situasi yang telah atau sedang terjadi (Kasper & Blum-Kulka, 1993).

Komplain merupakan realisasi dari perasaan marah dan kecewa terhadap provider. Kecewa dan marah adalah emosi dasar yang dimiliki oleh setiap manusia. Emosi tersebut yang kemudian bisa memengaruhi seseorang dalam menentukan keputusan, tindakan, dan persepsi. Dalam konteks komunikasi via komputer, ekspresi tersebut dapat diindikasikan dengan pilihan kata dan simbol yang digunakan saat berinteraksi

dengan lawan tuturnya, seperti bentuk ekspresi dan kata kasar, umpatan dan panggilan merendahkan, ancaman langsung dan tidak langsung, penggunaan karakter, simbol dan tanda baca yang mengutarakan kebencian, sindiran, ejekan, komentar sinis maupun negatif (Lapidot-Lefler & Barak, 2012).

Dalam kaitannya dengan artikel ini, peneliti berfokus untuk meneliti keluhan yang disampaikan pelanggan kepada *customer service* penyedia layanan internet. Ada pelanggan yang menyampaikan secara eksplisit dan ada yang secara implisit. Ada yang bisa menyampaikan keluh kesahnya dengan bahasa yang santun dan ada pula yang tidak mengindahkan kesantunan.

Penelitian ini berfokus pada tuturan di media sosial Twitter. Banyak provider jasa dan barang di Indonesia yang membuat akun yang ditujukan untuk pelanggan (*customer care*) di Twitter, sehingga komunikasi antara pelanggan dan provider lebih dominan di Twitter dibanding media sosial lainnya. Oleh karena itu, kami memilih mengambil data dari Twitter.

Ketidaksantunan pelanggan dapat ditemukan saat pelanggan menyampaikan keluhannya kepada *customer service* salah satu penyedia layanan internet. Data penelitian bersumber dari akun Twitter resmi milik salah satu penyedia layanan internet yang banyak dilanggan masyarakat Indonesia.

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah mengidentifikasi strategi-strategi ketidaksantunan yang digunakan oleh pelanggan saat menyampaikan keluhannya kepada *customer service*. Berikut adalah contoh data dan klasifikasi.

Tabel 1
Sampel data dan klasifikasi

Data Ujaran	Strategi Ketidaksantunan
-------------	-----------------------------

{@provider} [[[KONTOL]]_2 [[JARINGAN TAEK]]_3]]_1	1. menggunakan kata tabu 2. menggunakan kata kasar 3. tidak simpatik
{@provider} [[Ngwntot]]_1, FUP nya ilangin lah [[blok]]_2	1. Menggunakan kata tabu 2. Menggunakan kata kasar

Penelitian mengenai tindak ketidaksantunan beberapa kali sudah pernah dilakukan. Penelitian mengenai penggunaan tindak ketidaksantunan Culpeper dapat ditemukan dalam artikel yang berjudul “Pengaruh Ketidaksantunan Bahasa dalam Iklan Kosmetik terhadap Masyarakat” (Ibrahim, Fatimah binti & Abdullah, 2016). Artikel ini menunjukkan bahwa strategi ketidaksantunan yang digunakan adalah ketidaksantunan positif, ketidaksantunan negatif, ketidaksantunan secara langsung, penggunaan sindiran, dan menahan kesantunan. Penelitian ini mengusung kerangka teori yang sama dengan penelitian ini (Ibrahim, Fatimah binti & Abdullah, 2016). Namun, objek material yang digunakan berbeda.

Penelitian terdahulu yang membahas strategi ketidaksantunan juga pernah dilakukan dalam skripsi yang berjudul “Ketidaksantunan Tuturan Juri dalam Acara Master Chef Indonesia di RCTI (Sebuah Pendekatan Pragmatik)” (Hanif, 2018). Hasil penelitian dalam skripsi tersebut menunjukkan ditemukannya wujud ketidaksantunan tuturan berupa subkategori mengejek, memperingatkan, memerintah, menyindir, kesal dan mengancam serta ditemukannya penerapan strategi ketidaksantunan secara langsung, strategi ketidaksantunan positif, dan strategi ketidaksantunan negatif. Riset yang peneliti lakukan ini berbeda dengan riset yang telah dilakukan oleh Hanif (2018) dalam hal tujuan penelitian dan sumber data.

Berdasarkan studi pustaka yang telah dilakukan tersebut, belum ditemukan penelitian ketidaksantunan yang diterapkan untuk meneliti tuturan ketidaksantunan pengguna twitter kepada CS provider internet di masa pandemi Covid-19. Selain itu, objek material dalam penelitian ini dikumpulkan dengan teknik *scraping* twit menggunakan *Python package library TWINT* (lih. Metode Penelitian). Oleh sebab itu, penelitian ini dinilai membawa sebuah kebaruan untuk perkembangan ilmu linguistik.

LANDASAN TEORI

Dalam beberapa tahun terakhir sejak teknologi informasi semakin berkembang, manusia dapat berkomunikasi dengan tanpa mengindahkan jarak dan waktu. Salah satu perkembangan teknologi yang memfasilitasi manusia untuk berkomunikasi dan berinteraksi adalah media sosial.

Sebagaimana telah disebutkan di atas, objek material dalam penelitian ini adalah ujaran pengguna media sosial Twitter. Segala tuturan yang diproduksi manusia di dunia maya adalah objek material pragmatik siber. Tujuan dari pragmatik siber adalah untuk menganalisis tantangan yang dihadapi pengguna internet ketika mereka mencoba untuk mengkonotasikan pesan mereka sehingga mereka dapat dipahami (Yus, 2011).

Di sosial media, manusia bisa berbahasa dengan sangat bebas. Kebebasan itu membuat kemungkinan munculnya tuturan ketidaksantunan tinggi. Penelitian ini memfokuskan diri untuk meneliti ketidaksantunan pengguna Twitter kepada CS provider internet. Untuk itu, teori ketidaksantunan Culpeper juga penting untuk dijadikan landasan.

Culpeper (Bousfield & Locher, 2008) mendefinisikan ketidaksantunan adalah perilaku yang menyebabkan mitra tutur 'kehilangan muka' akibat apa yang dituturkan oleh penutur terhadap mitra tutur. Brown dan Levinson (Brown & Levison, 1987) mendefinisikan muka adalah citra diri yang bersifat umum yang ingin dimiliki oleh setiap warga masyarakat yang meliputi dua aspek yang saling berkaitan, muka negatif dan muka positif. Muka negatif adalah keinginan setiap orang untuk wilayah, hak perseorangan, dan hak untuk bebas dari gangguan untuk kebebasan bertindak dan kebebasan dari kewajiban melakukan sesuatu. Muka positif adalah citra diri atau kepribadian positif yang konsisten yang dimiliki oleh warga yang berinteraksi (termasuk di dalamnya keinginan agar citra positif ini diakui dan dihargai).

Selanjutnya, Brown dan Levinson (Brown & Levison, 1987) merumuskan empat strategi kesantunan, yaitu 1) melakukan tindakan pengancam muka secara langsung; 2) melakukan tindakan pengancam muka secara tidak langsung; 3) kesantunan positif; dan 4) kesantunan negatif. Dengan mengadaptasi teori strategi kesantunan Brown dan Levinson, Culpeper (Culpeper, 1996) merumuskan lima teori strategi ketidaksantunan, yaitu 1) strategi ketidaksantunan secara langsung; 2) strategi ketidaksantunan positif; 3) strategi ketidaksantunan negatif; 4) strategi kesantunan semu atau sarkasme; dan 5) strategi menahan kesantunan.

Strategi ketidaksantunan secara langsung adalah tindakan mengancam muka yang dilakukan secara langsung, jelas, tidak ambigu, dan ringkas, dalam situasi di mana muka tidak dihiraukan atau diminimalkan (Culpeper, 1996). Artinya, ketidaksantunan yang dilakukan seseorang terhadap lawan tuturnya tersampaikan secara langsung tanpa basa-

basi. Apabila ia melihat baju lawan tuturnya tidak bagus, dia akan mengatakan, "Kaosmu jelek sekali."

Strategi ketidaksantunan positif adalah strategi yang digunakan untuk merusak keinginan muka positif mitra tutur, yaitu keinginan untuk dihormati, dihargai, diinginkan, dan dibutuhkan oleh orang lain (Culpeper, 1996). Di dalam strategi ini, terdapat beberapa substrategi, yaitu

1. mengabaikan mitra tutur, dalam arti penutur tidak memedulikan mitra tutur ketika sedang terlibat dalam percakapan. Substrategi ini dapat pula berupa tindakan tidak memberi kesempatan bicara, tidak menghormati pendapat lawan bicara, dan lain sebagainya;
2. mengecualikan atau mengucilkan orang lain dari suatu kegiatan. Dalam hal ini, penutur sengaja membatasi diri agar mitra tutur tidak terlibat berkomunikasi;
3. menyangkal kesamaan dengan mitra tutur. Dalam hal ini, penutur memisahkan diri dari mitra tutur yang tidak sependapat dengannya, misalnya menolak kesamaan dengan mitra tutur atau menghindari duduk bersama;
4. mengekspresikan rasa tidak tertarik, tidak peduli, dan tidak simpatik kepada mitra tutur;
5. menggunakan sebutan atau julukan yang tidak pantas kepada mitra tutur, atau memanggil mitra tutur dengan nama atau julukan yang bersifat menghina;
6. memilih topik yang sensitif atau topik yang tidak diinginkan oleh mitra tutur;
7. menggunakan bahasa yang tidak jelas dan menyisipkan kata-kata rahasia dalam percakapan yang tidak dapat dimengerti mitra tutur;
8. mencari perselisihan atau perdebatan dengan mitra tutur;

9. membuat orang lain merasa tidak nyaman, misalnya dengan bahasa yang digunakan, mengganggu mitra tutur dengan bercanda, dan lain sebagainya;
10. menggunakan kata-kata tabu, bahasa yang kasar, sumpah serapah, atau kata-kata yang tidak senonoh.

Sebagai pelengkap, (Jay, 2009) mengklasifikasikan kata-kata tabu menjadi sembilan kategori, yaitu 1) referensi seksual, yaitu ujaran yang merujuk pada istilah yang berhubungan dengan seksualitas atau organ seksualitas seperti “seks oral” atau “vagina”; 2) penggunaan kata tidak senonoh atau hujatan, yaitu ujaran yang merujuk pada sesuatu yang bersifat natural misalnya istilah yang menjelekkan nama Tuhan; 3) referensi skatologikal dan objek menjijikan, yaitu ujaran yang merujuk pada istilah yang terkait dengan fungsi alat pengeluaran misalnya kata *berak* dan *tahi*; 4) nama binatang, yaitu ujaran yang merujuk dengan penggunaan kata-kata yang berhubungan dengan binatang, seperti *monyet* dan *anjing*; 5) cercaan etnik, ras, dan gender, yaitu ujaran yang merujuk pada kata-kata yang terkait dengan suku bangsa, ras, dan jenis kelamin misalnya *sakai* (untuk orang pedalaman); 6) referensi penghinaan terhadap persepsi psikologis atau penyimpangan sosial yang merujuk pada istilah kata-kata yang berhubungan dengan kejiwaan, fisik, ataupun sosial seperti *idiot* dan *pelacur*; 7) kiasan leluhur, yaitu ujaran yang berhubungan dengan keturunan misalnya *anak haram* dan *anak jalang*; 8) istilah vulgar di bawah standar, yaitu ujaran yang merujuk pada kata-kata yang tidak terlalu kasar misalnya penggunaan frasa *wajah jelek*; dan (9) bahasa gaul yang menyinggung, yaitu ujaran yang merujuk pada ucapan atau logat populer yang cenderung kasar,

misalnya *kacau*, *berantakan*, *memuaskan*.

Strategi ketidaksantunan negatif adalah strategi yang digunakan untuk merusak keinginan muka negatif mitra tutur, yaitu mengganggu keinginan orang lain untuk tidak diganggu (Culpeper, 1996). Di dalam strategi ini, terdapat beberapa substrategi, yaitu

1. mengancam mitra tutur, yaitu menanamkan keyakinan bahwa tindakan yang merugikan mitra tutur akan terjadi;
2. merendahkan, mengejek, atau menghina mitra tutur;
3. tidak menganggap serius mitra tutur;
4. menyerang orang lain dengan cara menyerobot kesempatan bicara;
5. mengaitkan orang lain secara eksplisit dengan hal-hal negatif;
6. mencatat hutang pihak lain, yaitu membuat mitra tutur seolah-olah berhutang budi kepada penutur.

Strategi kesantunan semu atau sarkasme adalah tindak mengancam muka yang dilakukan dengan menggunakan strategi kesantunan yang jelas-jelas tidak jujur, tidak tulus, berpura-pura, atau terlihat santun di depannya atau di permukaannya saja. (Culpeper, 1996). Dalam situasi ini, ketidaksantunan yang dilakukan penutur terhadap lawan tuturnya dilakukan secara tidak langsung. Ia memanfaatkan sarkasme, majas, dan gaya bahasa lain untuk membungkus ketidaksantunannya sehingga menghasilkan efek tidak santun yang lebih besar. Misalnya, “{@provider} Makasih bang ini saya dah bisa ngomel2 di twitter kok.” Twit tersebut mengandung kesantunan semu yang ditujukan untuk menyindir jaringan {provider} yang kurang bersahabat.

Menahan kesantunan adalah tidak melakukan strategi kesantunan seperti yang diharapkan, misalnya tidak mengucapkan terima kasih kepada mitra

yang memberikan hadiah atau ucapan selamat (Culpeper, 1996). Selain tidak mengucapkan terima kasih, label menahan kesantunan juga bisa dilekatkan pada penutur yang tidak mengucapkan maaf saat bersalah. Kategori ini juga dilekatkan pada penutur yang tidak mengucapkan permisi dan tolong di situasi yang seharusnya.

METODE PENELITIAN

Terdapat tiga tahapan yang dilakukan untuk mencapai hasil analisis, yaitu 1) tahapan pengumpulan data dengan metode simak dengan teknik simak bebas libat cakap, teknik catat, dan teknik scraping; 2) tahapan analisis data dengan anotasi twit; dan 3) tahapan metode penyajian hasil analisis.

Teknik simak bebas libat cakap menempatkan peneliti hanya sebagai pengamat tanpa ikut terlibat membangkitkan data dalam aktivitas penggunaan bahasa (Mahsun, 2017). Teknik simak bebas libat cakap ini dipilih karena bentuk data yang digunakan dalam riset ini adalah twit balasan dari akun Twitter resmi {provider} dari bulan 15 April—30 Juni 2020.

Tahap pengumpulan data dengan teknik scraping dilakukan dengan mengumpulkan twit menggunakan Python package library TWINT (Poldi & Zacharias, 2021). Teknik ini dilakukan dengan cara pengambilan data twit dalam jumlah banyak secara bersamaan, yaitu tweet scraping atau pengikisan twit-twit yang bersifat publik. Proses scraping twit dilakukan untuk memperoleh data berupa twit dalam periode waktu tertentu dan melibatkan fitur *reply to* pada Twitter, yakni twit balasan pengguna Twitter terhadap akun Twitter *customer service* penyedia layanan internet. Untuk mendapatkan data yang lebih variatif dalam periode yang lebih lama, twit yang diambil merupakan twit per minggu dari

rentang tanggal 15 April sampai dengan tanggal 30 Juni 2020. Rentang waktu tersebut dipilih berdasarkan penggunaan jaringan internet rumahan yang meningkat seiring dengan lini masa PSBB khususnya untuk wilayah DKI Jakarta yang dimulai dari 10 April—23 April 2020 untuk PSBB Jilid I, 24 April—22 Mei 2020 untuk PSBB Jilid II, hingga 22 Mei—4 Juni 2020 untuk PSBB Jilid III, dan kemudian dilanjutkan dengan penerapan PSBB transisi (Detikcom, 2020b). Melalui proses scraping, 2.500 twit diperoleh secara acak. Pemerolehan twit dilakukan dengan mengambil 250 twit teratas dari hasil scraping twit per minggunya, dengan total 500 twit pada bulan April dan 1000 twit pada bulan Mei dan Juni.

Metode penelitian selanjutnya adalah analisis data. Pada tahap ini, pekerjaan anotasi diterapkan pada data yang telah terkumpul. Kemudian, pelabelan dilakukan pada data dengan menganalisis twit berdasarkan label substrategi ketidaksantunan Culpeper (1996), yaitu menghina, menyindir, mengancam, menggunakan kata tabu, menggunakan sapaan yang tidak seharusnya, menahan kesantunan, menganggap tidak serius mitra tutur, tidak simpatik, dan menggunakan bahasa yang tidak jelas. Mengingat dalam satu twit dapat dilabeli lebih dari satu label, proses anotasi dilakukan dengan menandai bagian twit yang termasuk dalam substrategi kesantunan Culpeper. Anotasi dilakukan dengan 1) menandai kata/frasa/klausa/unsur lain yang merepresentasikan tuturan ketidaksantunan; 2) mengategorikan bentuk ketidaksantunan yang terdapat pada suatu tuturan; dan 3) mengecek konteks dari suatu tuturan apabila suatu tuturan dirasa belum cukup jelas dan tepat klasifikasi kategorinya.

Tahap ketiga dalam penelitian ini adalah metode penyajian hasil analisis. Hasil analisis dalam riset ini disampaikan

secara deskriptif berdasarkan penerapan teori ketidaksantunan Culpeper pada hasil temuan. Sebagai ilustrasi pendukung penjelasan, disertakan pula tabel.

PEMBAHASAN

Riset yang dilakukan ini berfokus pada rumusan masalah, yaitu strategi ketidaksantunan yang ditujukan pelanggan pada penyedia layanan jasa internet. Berdasarkan hasil pelacakan awal, kata *DM* (*direct message*) atau ‘pesan singkat’ merupakan kata dengan frekuensi terbanyak dalam entri, yakni 392 kata. Penggunaan kata *DM* ini menjadi indikasi dari banyaknya *DM* atau pesan langsung pelanggan terhadap customer service yang tidak segera direspon dengan cepat dan tepat sehingga mendorong pengguna untuk mengutarakan tuturan ketidaksantunan.

Dari 2.500 twit yang telah dianotasi dan disortir, didapatkan 2.815 tuturan keseluruhan (tuturan ketidaksantunan dan nonketidaksantunan). Sebanyak 1.571 tuturan mengandung ketidaksantunan (55,8% dari tuturan keseluruhan) dan sebanyak 1.244 tuturan adalah tuturan nonketidaksantunan. Berikut adalah klasifikasi berdasarkan substrategi ketidaksantunan Culpeper yang ditemukan di twit pelanggan kepada {provider}. Tabel ini menunjukkan jumlah data twit yang mengandung ketidaksantunan dari yang terbanyak hingga yang paling sedikit dipakai.

Tabel 2
Substrategi Ketidaksantunan dan Jumlah

Menghina	231 (14,7%)
Menyindir	487 (31,0%)
Mengancam	39 (2,5%)
Menggunakan kata-kata tabu	89 (5,7%)
Menggunakan sapaan yang tidak seharusnya	64 (4,1%)

Menganggap tidak serius mitra tutur	67 (4,3%)
Tidak simpatik	155 (9,9%)
Menggunakan bahasa yang tidak jelas	28 (1,8%)
Menahan kesantunan	411 (26,2%)
Total tuturan ketidaksantunan	1.571
Total tuturan keseluruhan	2.815

Sebagaimana yang telah dipaparkan pada bagian landasan teori dan telah tercantum di Tabel 2, ada beberapa strategi ketidaksantunan. Strategi ketidaksantunan yang ditemukan adalah menyindir, menahan kesantunan, menghina, tidak simpatik, menggunakan kata-kata tabu, menganggap tidak serius mitra tutur, menggunakan sapaan yang tidak seharusnya, mengancam, dan menggunakan bahasa yang tidak jelas.

Menghina

Pada kategori ini, sebanyak 231 tuturan telah diklasifikasikan sebagai bentuk menghina (*ridicule*). Kategori ini mengandung tuturan ketidaksantunan berupa opini dan fakta buruk dari perspektif penutur secara langsung kepada mitra tutur.

- (1) {@provider} GAUSAH DIJAWAB PAKE AUTO TEXT, *BASI!!!*
- (2) {@provider} Besok2 kalian CS resign aja deh. *Gak ada guna*. Ganti chatbot aja. Jawaban sama terus, koordinasi, validasi, progress, dll. *Sok intelek*. Kami gk butuh *jawaban sampah* macam ini. Kalian dinilai dari tanggung jawab kerja. Bukan omongan kosong.
- (3) {@provider} Trs *apa gunanya* {provider} buka CS via medsos ini kalau tidak merespon *komplain!*

Ketiga contoh tuturan di atas menunjukkan bentuk opini buruk

terhadap customer service dalam merespons keluhan pelanggan di Twitter. *Basi* pada tuturan (1) dapat dimaknai ‘sudah lama diketahui atau dibicarakan orang’. Penutur menekankan adjektiva *basi* sebagai indikasi ketidaksetujuan bentuk respons twit yang dilakukan oleh customer service yang berbentuk templat. Pada tuturan (2), penutur menilai *customer service* tidak berguna serta respons yang diberikan tidak penting dan solutif, diindikasikan oleh *gak ada guna, sok intelek, dan jawaban sampah*. Pada tuturan (3), pelanggan merendahkan *customer service* dengan menganggap *customer service* pada media sosial tidak berguna karena keluhan pelanggan yang tidak direspons.

Menyindir

Pada kategori ini, sebanyak 487 tuturan telah diklasifikasikan sebagai bentuk sindiran (*sarcasm*) atau kesantunan semu (*mocking politeness*). Kategori menyindir berbentuk hinaan/ejekan secara tidak langsung, tuturan yang berkontradiksi dengan maksud sebenarnya yang hendak disampaikan oleh penutur, dan pertanyaan retorik. Kategori kesantunan semu mengandung tuturan yang mengandung unsur kesantunan, tetapi penggunaannya kontradiktif dan bersifat semu.

Hinaan/ejekan secara tidak langsung

Kategori ini ditandai dengan adanya penggunaan hinaan atau ejekan secara tidak langsung. Pada tuturan (4), pelanggan mengeluhkan pesan langsung yang tidak direspons oleh *customer service*. Bentuk *ga nyaut* atau *tidak menyahut* mengindikasikan keluhan pelanggan tidak kunjung mendapat tanggapan dari *customer service*. Secara tidak langsung, pelanggan menilai bahwa *customer service* tidak akan merespons sebutan (*mention*) keluhan pelanggannya.

Pada tuturan (4), tuturan *solusi lapor {provider}: tidak ada* mengindikasikan pelanggan yang menganggap respons yang diberikan oleh *customer service* tidak menyelesaikan masalah. Tuturan (6) mengindikasikan *customer service* (diwakili oleh induk dari {provider}) tidak bertanggung jawab dalam menyelesaikan keluhan pelanggan.

- (4) {*@provider*} Jangankan dimention, di DM aja ga nyaut
- (5) {*@provider*} Solusi lapor twitter: restart modem Solusi lapor indira: restart modem Solusi lapor 147: restart jaringan Solusi lapor {*provider*}: Tidak ada
- (6) {*@provider*} {*induk provider*} paling jago lari. Lari dari tanggung jawab pekerjaan

Tuturan yang bertolak belakang dengan maksud utama si penutur

Kategori ini ditandai oleh tuturan dengan maksud implisit dan berkebalikan dari maksud utama si penutur. Pada tuturan (7), pelanggan menggunakan kata *mantap* sebagai bentuk sindiran terhadap tanggapan *customer service* yang dinilai lambat (penegasan terhadap pernyataan “sudah 16 jam saya menunggu”). Kata *hebat* pada tuturan (8) menekankan keluhan kualitas produk yang dianggap “menipu” pelanggan, diindikasikan dengan frasa *menipu pelanggan*. Pada tuturan (9), pelanggan mengeluhkan kualitas produk (kecepatan internet) yang lambat, dan mengutarakan tuturan sindiran berupa kekaguman yang ditegaskan pada frasa *terpana-pana saya dibuatnya* disertai dengan banyak emoji hati.

- (7) {*@provider*} mana nih, udh 16 jam saya nunggu dibaca atau dibalas dm saya. Masih g ada tuh, lempar aja terus ke yang lain suruh nunggu terus ye. Mantap {*provider*}
- (8) {*@provider*} Liat dong pelanggan yang bayar buat 50 Mbps dapetnya

berapa... Hebat kan {@provider} ini kalo masalah nipu pelanggan gini..

- (9) {@provider} DOWNLOAD 5MB DOANG! MACAM DOWNLOAD 2GB



TERPANA PANA SAYAH
DIBUATNYA !

Pertanyaan retorik

Bentuk menyindir pada kategori ini ditandai oleh tuturan berbentuk pertanyaan retorik, yakni tuturan yang bentuknya tidak sesuai dengan tujuannya (Rohde, 2006). Tuturan tersebut memiliki struktur pertanyaan dan pernyataan, tetapi secara umum tidak didefinisikan sebagai pertanyaan yang tidak mencari informasi atau memperoleh jawaban (Borkin, 1972; Sadock, 1971; Banuazizi, 1999 via Rohde, 2006).

- (10) {@provider} SSID Seamless saya hari ini tiba-tiba hilang lagi, tolong di perbaiki secepatnya. Sudah ke 4 kali ini terjadi. Sudah DM low respon, ngadu ke sales plaza area saya ga di tanggap, *apa harus ngadu pd Tuhan Y.M.E ya?*
- (11) {@provider} Emang kalo di dm ga direspon ya? Kalo ngetweet baru deh direspon nih?

Pertanyaan retorik pada tuturan (10), yakni “apa harus mengadu pada Tuhan Yang Maha Esa ya?”, mengindikasikan keluhan perbaikan pelanggan terhadap berbagai pusat *customer service* yang tidak kunjung ditanggapi, seolah keluhan baru akan diperbaiki oleh layanan (layanan) pelanggan jika sudah mengadu kepada Tuhan. Pada tuturan (11), layanan pelanggan menyinggung pesan langsung pelanggan yang baru akan ditanggapi jika keluhan disampaikan melalui *twit*.

Kesantunan semu

Dengan mengacu pada definisi *mocking politeness* oleh Taylor (Taylor, 2016), kesantunan semu atau *mocking politeness* terjadi apabila terdapat ketidaksesuaian bentuk ketidaksantunan/kesantunan yang mengarah ke implikatur ketidaksantunan. Indikasi ini ditunjukkan dengan adanya penekanan pada unsur kesantunan seperti kata *tolong* dan *plis* yang disertai bentuk fatis *dong* dalam meminta bantuan, penggunaan seruan terhadap mitra tutur dalam bentuk formal *wahai*, serta bentuk ucapan apresiatif seperti *makasih*.

- (12) {@provider} dm saya *tolong di respon kembali*, ya. *Wahai* para admin
- (13) {@provider} *Makasih* bang ini *saya dah bisa ngomel2 di twitter kok*
- (14) {@provider} kenapa sih kamu, naik turun trus ngga stabil, lebih dominan turun lagi, *tolong dong* besok pagi *aku ada kerjaan penting updong sampai jam 12, pliss*

Mengancam

Pada kategori ini, 39 tuturan atau sebanyak 2,5% diklasifikasikan sebagai bentuk mengancam. Strategi ketidaksantunan ini ditandai dengan adanya unsur intimidasi dalam tuturan yang disampaikan kepada mitra tutur. Kategori strategi ketidaksantunan mengancam memiliki kaitan dengan tindak tutur ilokusi. Austin via Rusminto (2015:67) menjelaskan tindak ilokusi adalah tindak tutur yang mengandung daya untuk melakukan tindakan tertentu dalam hubungannya dengan mengatakan sesuatu. Kemudian, Searle via Rusminto (Rusminto, 2015) mengklasifikasikan tindak ilokusi menjadi lima macam, yaitu

1. asertif; tuturan yang mengikat penuturnya akan kebenaran ujaran;
2. direktif; tuturan agar pendengar bertindak seperti yang disebutkan;

3. komisif; ilokusi yang menuntunnya pada suatu tindakan di masa depan;
4. ekspresif; ilokusi untuk mengungkapkan sikap psikologis penutur terhadap keadaan yang tersirat dalam ilokusi;
5. deklaratif; hasil pelaksanaan ilokusi ini akan mengakibatkan adanya kesesuaian antara isi proposisi dengan realitas.

Tuturan yang menunjukkan adanya unsur asertif adalah sebagai berikut.

(15) *{@provider} Gua gak butuh hanya omongan. Gua butuh bukti kerja lo {@provider} {@layananprovider} {@provider}. Kalau lu {@provider} gak bisa kerja, ga bisa nanganin customer dngan baik. Mending tutup. Ini udah hari ke 9 Manajemenn lu ada yng salah, apa elunya yang cari masalah sama customer*

Contoh tuturan (15) mengandung intimidasi terhadap mitra tutur karena kalimat “Gua gak butuh hanya omongan. Gua butuh bukti kerja lo” adalah tuturan asertif yang mengalami penegasan sehingga tuturan tersebut memiliki daya agar mitra tutur melakukan respons sesuai yang dikehendaki penutur.

(16) *{@provider} halo minnn kok {provider} sering trouble yah, sejak naik 20mbps... Rasanya pengen ganti yang lain dan meninggalkan {provider}... Tolong dm ku dibalas min*

Contoh tuturan (16) mengandung intimidasi terhadap mitra tutur karena kalimat “Rasanya pengen ganti yang lain dan meninggalkan {provider}” adalah tuturan asertif yang juga mengalami penegasan sehingga tuturan tersebut memiliki daya agar mitra tutur melakukan respons sesuai yang dikehendaki penutur. Selain itu, tindakan penutur yang disampaikan dalam tuturan tersebut dapat membuat mitra tutur rugi.

Menggunakan Kata Tabu

Pada kategori ini, 89 tuturan atau sebanyak 5,7% diklasifikasikan sebagai bentuk penggunaan kata tabu. Berdasarkan temuan, strategi ketidaksantunan ini dapat dikelompokkan kembali menjadi dua subkelompok, yaitu menggunakan kata kasar dan menggunakan kata yang berkaitan dengan seksualitas (lih. Bab Landasan Teori).

Menggunakan kata tabu yang berupa kata kasar ditandai dengan adanya ungkapan berupa kata-kata yang berkonotasi negatif, seperti *anjing, babi, monyet, kunyuk, tahi, bangsat, brengsek, kampret, bajingan, sialan, goblok, tolol*, dan lain-lain yang serupa. Beberapa tuturan yang menunjukkan penggunaan kata kasar adalah sebagai berikut.

Penggunaan Kata Babi

(17) *{@provider} Kayak babi sinyalnya*

Menurut *KBBI Jilid V*, kata *babi* mempunyai tiga makna. Makna pertama berarti ‘binatang menyusui yang bermoncong panjang, berkulit tebal, dan berbulu kasar’. Makna kedua berarti ‘umpatan yang sangat kasar’. Pada makna kedua ini juga ditandai dengan label ragam kasar. Berdasarkan pengertian tersebut, penggunaan kata *babi* dalam konteks tuturan memiliki konotasi negatif yang dimaksudkan untuk mengumpat.

Penggunaan Kata Tai

(18) *{@provider} Sinyal goblok gini, kaya tai sinyalnya*

Menurut *KBBI Jilid V*, kata *tai* atau *tahi* adalah kata yang mempunyai dua makna. Makna pertama berarti ‘ampas makanan dari dalam perut yang keluar melalui dubur; tinja’. Makna kedua berarti ‘berbagai-bagai kotoran, endapan, atau barang yang dianggap ampas (sisa, karat, buangan, dan

sebagainya)'. Berdasarkan pengertian makna pertama dan makna kedua kata *tahi* dalam *KBBI Jilid V*, penggunaan kata *tai* dalam konteks tuturan (18) memiliki konotasi negatif yang dimaksudkan untuk mengumpat.

Penggunaan Kata Goblok

(19) {@provider} Sinyal *goblok* gini, kaya tai sinyalnya

Menurut *KBBI Jilid V*, kata *goblok* adalah kata sifat yang berarti 'bodoh sekali'. Berdasarkan pengertian tersebut, penggunaan kata *goblok* dalam konteks tuturan (19) memiliki konotasi negatif yang dimaksudkan untuk mengumpat.

Menggunakan kata tabu berupa kata yang berkaitan dengan seksualitas ditandai dengan adanya kata-kata dengan konteks seksualitas yang berkonotasi negatif, seperti *ngentot*, *kontrol*, *memek*, *jembut*, *homo*, *jablay*, dan lain-lain yang serupa. Beberapa tuturan yang menunjukkan penggunaan kata yang berkaitan dengan seksualitas adalah sebagai berikut.

Penggunaan Kata Kontrol

(20) {@provider} Halah *kontrol*

Dalam *KBBI Jilid V*, kata *kontrol* berarti 'kemaluan laki-laki; zakar'. Berdasarkan pengertian tersebut, penggunaan kata *kontrol* dalam konteks tuturan memiliki konotasi negatif yang dimaksudkan untuk mengumpat.

Penggunaan Kata Jablay

(21) {@provider} Nge lag bat anjing kontrol memek titit asu lonte *jablay*

Jablay adalah kata dalam bahasa gaul yang merupakan akronim dari frasa *jarang dibelai* yang mengandung arti sebagai ungkapan hati seorang wanita yang jarang mendapatkan belaian kasih sayang kekasihnya, serta dapat diinterpretasikan sebagai istilah untuk pria atau wanita yang dapat diajak secara

mudah tanpa harus membayar tarif tertentu (Hidayat & Immerry, n.d.). Kata ini dipopulerkan oleh Titi Kamal saat menyanyikan lagu "Jablay" dalam film *Mendadak Dangdut* (2006). Berdasarkan pengertian tersebut, penggunaan kata *jablay* dalam konteks tuturan (21) memiliki konotasi negatif yang dimaksudkan untuk mengumpat.

Penggunaan Kata Fuck

(22) {@provider} apa atuh kamu teh {provider} dm gk di bls bls??? *fucek* buat {provider}

Dalam kamus *Oxford* (Team, n.d.), kata *fuck* memiliki dua makna. Makna pertama berarti 'berhubungan seks dengan seseorang'. Makna kedua berarti 'kata umpatan yang menurut banyak orang menyinggung yang digunakan untuk mengungkapkan kemarahan, kengerian, atau kejutan'. Lema kata *fuck* juga ditandai dengan label ragam tabu dan label ragam cakapan. Pada konteks penggunaannya dalam contoh tuturan, *fucek* adalah variasi tikan dari kata asal *fuck*. Kata *fuck* memiliki konotasi negatif yang dimaksudkan untuk mengumpat.

Menggunakan Sapaan yang Tidak Seharusnya

Strategi ketidaksantunan selanjutnya yang ditemukan dalam data adalah mengganti panggilan orang dengan sapaan yang tidak seharusnya. Terdapat 64 tuturan yang teridentifikasi mengandung strategi ketidaksantunan kategori ini. Strategi ini ditandai dengan adanya penggunaan sapaan seperti *cuy*, *om*, *bos*, dan *sapaan dengan menggunakan kata tabu*.

Cuy

Beberapa data yang menunjukkan penggunaan panggilan Cuy ini adalah sebagai berikut.

(23) {@provider} Blom juga *cuy* masih sama Tolong lihat DM lah

Menurut Khoirrohman dan Abdan (2020), *cuy* atau *coy* merupakan salah satu bentuk khas dalam bahasa slang dan umum digunakan oleh penutur di kalangan usia remaja. Bentuk ini merupakan panggilan akrab terhadap teman sebaya/sepergaulan dan biasa digunakan sebagai pengganti nama dari orang tersebut. Dapat dipastikan bahwa *customer service* dan pelanggan bukanlah hubungan keakraban, melainkan profesional. Oleh karena itu, penggunaan panggilan seperti *cuy* ini merupakan panggilan yang tidak semestinya.

Om

Berikut adalah contoh tuturan yang termasuk dalam kategori ini.

(24) {@provider} Saya dm lagi *om~* monggo di cek

Makna kata *Om* dalam *KBBI Jilid V* adalah ‘kakak atau adik laki-laki ayah atau ibu; kata sapaan kepada orang laki-laki yang agak tua’. Dalam hal digunakannya sapaan *Om* ini untuk *customer service*, hal ini dinilai kurang tepat. Hal ini mengingat makna *Om* yang bernilai kekerabatan dan berdasarkan perbedaan tingkat usia. Ada sapaan yang dinilai lebih netral digunakan, seperti *Kak/Mas/Mbak/Pak/Bu*.

Bos

Berikut adalah contoh tuturan yang termasuk dalam kategori ini.

(25) omong kosong. bagaimana pelayanannya anak perusahaan {provider} nih pak *bos*

Bos dalam *KBBI Jilid V* adalah ‘orang yang berkuasa mengawasi dan memberi perintah kepada para karyawan; pemimpin atau majikan (dalam perusahaan)’. Dalam konteks budaya

perdagangan, pelanggan adalah raja. Oleh sebab itu, ketika ada penyimpangan penggunaan kata dalam konteks tuturan, yaitu sapaan *bos* untuk *customer service*, hal ini bisa dianggap sebagai suatu sindiran atau ejekan.

Kata Tabu

Menggunakan kata tabu yang berupa kata kasar untuk julukan ditandai dengan adanya penggantian persona atau julukan dengan kata-kata yang berkonotasi negatif (lih. Bab Landasan Teori). Beberapa tuturan yang menunjukkan penggunaan kata kasar untuk julukan adalah sebagai berikut.

Penggunaan Kata Anjing untuk Julukan

(26) {@provider} tolong ya *anjng* kenapa maneh teh lemot terus asli dari awal bulan capee Ya Allah kudu bayar berapa biar gaada gangguan!????

Dalam *KBBI Jilid V*, kata *anjing* berarti ‘binatang menyusui yang biasa dipelihara untuk menjaga rumah, berburu, dan sebagainya’. Pada konteks penggunaannya dalam tuturan di atas, *anjing* yang dimaksud adalah *anjing* sebagai umpatan, bukan *anjing* sebagai makna literalnya. Selain itu, posisi kata *anjing* dalam tuturan di atas berperan sebagai pengganti persona sehingga dapat dikatakan sebagai bentuk penggunaan kata kasar untuk julukan.

Penggunaan Kata Sialan untuk Julukan

(27) {@provider} Cek lg DM gue! Kalo bales jgn ngasal, tiap minggu ada aja masalahnya *provider sialan*

Dalam *KBBI Jilid V*, kata *sialan* memiliki tiga makna. Makna pertama berarti ‘orang yang sial’; makna kedua berarti ‘(yang) mendatangkan sial’; dan makna ketiga berarti ‘untuk memaki’. Pada makna ketiga, kata *sialan* ditandai dengan label ragam kasar. Berdasarkan ketiga maknanya, kata *sialan* merupakan

kata yang berkonotasi negatif. Selain itu, posisi kata *sialan* dalam tuturan di atas berperan sebagai pengganti julukan sehingga dapat dikatakan sebagai bentuk penggunaan kata kasar untuk julukan.

Penggunaan Kata Laknat untuk Julukan
(28) {@provider} *Wifi laknat* ya begini

Dalam *KBBI Jilid V*, kata *laknat* memiliki dua makna. Makna pertama berarti ‘kutuk’ dan makna kedua berarti ‘orang yang terkutuk’. Berdasarkan kedua maknanya, kata *laknat* merupakan kata yang berkonotasi negatif. Selain itu, posisi kata *laknat* dalam tuturan di atas berperan sebagai pengganti julukan sehingga dapat dikatakan sebagai bentuk penggunaan kata kasar untuk julukan.

Menggunakan kata tabu yang berupa kata yang berkaitan dengan seksualitas untuk julukan ditandai dengan adanya penggantian persona atau julukan dengan kata-kata yang berkaitan dengan seksualitas yang berkonotasi negatif. Beberapa tuturan yang menunjukkan penggunaan kata yang berkaitan dengan seksualitas untuk julukan adalah sebagai berikut.

Penggunaan Kata Memek untuk Julukan
(29) {@provider} Chat pending, kirim email gabisa, jaringan naik turun.. lagi naik aja tetep gagerak loadingnya..intinya lo *memek* memek super memek

Dalam *KBBI Jilid V*, kata *memek* berarti ‘kemaluan perempuan; vagina’ yang dilabeli dengan ragam cakapan. Menurut budaya yang berkembang di Indonesia, kemaluan dan seksualitas tidak boleh sembarangan diucapkan apalagi di ranah publik. Selain itu, posisi kata *memek* dalam tuturan di atas berperan sebagai pengganti persona sehingga dapat dikatakan sebagai bentuk

penggunaan kata yang berkaitan dengan seksualitas untuk julukan.

Penggunaan Kata Anak Titid untuk Julukan

(30) {@provider} JTD woiii *anak titid* ini kenapa ngelag banget providernya oiiii take

Dalam *KBBI Jilid V*, kata *titit* adalah kata dari bahasa Melayu-Jakarta yang berarti ‘kemaluan anak laki-laki’. Kata *anak titid* dalam tuturan di atas berperan sebagai pengganti persona sehingga dapat dikatakan sebagai bentuk penggunaan kata yang berkaitan dengan seksualitas untuk julukan.

Penggunaan Kata Homo untuk Julukan

(31) {@provider} mas dibilang *indihomo* mas,,

Dalam *KBBI Jilid V*, kata *homo* adalah kependekan dari kata *homoseksual* yang bermakna ‘dalam keadaan tertarik terhadap orang dari jenis kelamin yang sama’. Pada konteks penggunaannya dalam tuturan di atas, unsur kata *homo* dalam kata *indihomo* adalah bentuk pelesetan dari kata dasar provider yang dimaksudkan sebagai umpatan. Selain itu, posisi kata provider dalam tuturan di atas berperan sebagai pengganti persona sehingga dapat dikatakan sebagai bentuk penggunaan kata yang berkaitan dengan seksualitas untuk julukan.

Menganggap Tidak Serius Mitra Tutur

Terdapat tuturan yang teridentifikasi mengandung strategi ketidaksantunan kategori menganggap tidak serius mitra tutur ini. Kategori ini ditandai dengan adanya penggunaan onomatope candaan ketika mengutarakan tuturan. Onomatope atau *onomatopoeia* merupakan koinasi dari sebuah nama atau kata sebagai imitasi dari sebuah suara (Bussmann, 2006). Padahal, tuturan tersebut tidak

dalam konteks candaan. Selain itu, penanda yang bisa merepresentasikan kategori ini adalah adanya upaya memimikkan gaya bahasa mitra tutur.

Penggunaan Onomatope Candaan dalam Konteks Tuturan yang Tidak Tepat

Berikut adalah contoh tuturan dari Twitter yang merepresentasikan subkategori ini.

(32) {@provider} solusinya itu mulu
wkwkwk

Terdapat onomatope candaan *wkwkwkwk/hahaha/hihihi* dan lain-lain yang serupa. Onomatope ini biasa digunakan dalam konteks humor. Apabila terdapat penyimpangan penggunaan onomatope ini dalam konteks tuturan yang serius, hal ini dapat dinilai sebagai memperlakukan mitra tuturnya dengan tidak serius. Pelanggan yang menggunakan onomatope ini dinilai tidak merespons balasan berupa solusi oleh *customer service* dengan serius.

Memimikkan Gaya Bahasa Mitra Tutur

Ini adalah contoh tuturan dari Twitter yang dinilai representatif untuk kategori ini.

(33) {@provider} Halo Sobat, mohon maaf atas ketidaknyamanannya. Mengenai hal tersebut silakan informasikan nomor layanan internet, nomor HP aktif dan atas nama pemilik via DM guna kami tindaklanjuti lebih lanjut. Terima kasih -Ivan

(34) {@provider} Baik rekan. Terima kasih. -Oji

Dua tuturan di atas sekilas terlihat biasa. Namun, tuturan di atas sebenarnya adalah hasil dari memimikkan templat balasan *customer service* {provider}.

Tidak Simpatik

Terdapat 155 tuturan yang teridentifikasi menggunakan strategi ketidaksantunan kategori tidak simpatik. Kategori ini ditandai dengan hal-hal seperti mengutarakan perasaan negatif atau ketidaksetujuan kepada mitra tutur, penggunaan interjeksi kekecewaan/kesedihan/kemarahan, tanda seru yang lemah, huruf kapital, dan emotikon/emoji merupakan tanda tuturan tidak simpatik. Ketidaksimpatikan pada tuturan terindikasi dalam bentuk *flaming* 'serangan'. Ekspresi *flaming* dapat berupa agresi verbal, pengungkapan secara blak-blakan, dan ketidaksesuaian perilaku (Aiken & Walker, 2000 via Turner, 2008); serta berbentuk komentar yang ditujukan untuk menyinggung individu atau pihak lain (Reinig & Mejias, 2004). Contoh:

(35) {@provider} Gua lagi push rank tiba tiba ga bisa turun pesawat woyyy

(36) {@provider} Saya minta migrasi dr tripleplay internet + usestv + tlp ke dualplay internet + usestv bukan internet + tlp... Hadehhhhh....

Bentuk ketidaksimpatikan pada sampel ditandai dengan adanya atribut visual atau tipografi yang dapat dianggap sebagai bentuk serangan oleh mitra tutur. Atribut visual yang dimaksud adalah adanya penggunaan emotikon yang ditujukan untuk memimikkan bentuk emosi yang tidak muncul dalam komunikasi teks di media sosial (Turnage, 2007). Sebagaimana pada tuturan (36) dan (37), penggunaan emotikon merupakan penegasan dari ketidaksimpatikan berupa emosi yang disimbolkan oleh emotikon kecewa (😞) dan marah (😡).

(37) {@provider} Tayi 😡

(38) {@provider} kak kok beberapa hari ini {provider} lemotnya parah banget yaa malah kadang gak bisa di pake sama sekali 😞😞

Pada sampel tuturan (38) dan (39), bentuk tidak simpatik diindikasikan dengan kapitalisasi penuh dan penggunaan tanda seru berlewah. Menurut Cleary & Freeman (Cleary & Freeman, 2005) dan Turnage (2007), penyampaian pesan atau tuturan dalam bentuk huruf kapital dan bercetak tebal, penggunaan tanda seru berlewah, serta kapitalisasi penuh pada tuturan dapat diinterpretasikan sebagai bentuk agresif dan dikategorikan sebagai *flaming*.

(39) {@provider} Sampai skarang belum ada jawaban. *gua mau pindah!!!*

(40) {@provider} *INTERNETNYA MATI*

Menggunakan Bahasa yang Tidak Jelas

Kategori ketidaksantunan dengan menggunakan bahasa yang tidak jelas menempati peringkat terendah dengan persentase 1,8% atau sebanyak 28 tuturan dari 2.815 entri data yang peneliti anotasi. Penggunaan bahasa yang tidak jelas ini mencakup penggunaan bahasa daerah, bahasa asing, slang, dan istilah-istilah lain yang tidak terlalu dikenal seperti tercantum pada sampel berikut.

(41) {@provider} *wedos paket loss teros*

(42) {@provider} lagi tanggal *piro wes FUP*

Tuturan (42) mengandung penggunaan bahasa asing (bahasa Inggris) pada kata *loss* dan Bahasa Jawa *teros* yang memiliki arti serupa dengan kata *terus*. Pada tuturan (43), tuturan mengandung kata *piro* atau sama dengan *pira* 'berapa' dan *wes* atau sama dengan *wis* 'sudah'.

Menahan Kesantunan

Pada kategori ketidaksantunan ini, suatu tuturan dianggap tidak santun apabila penanda kesantunan tidak digunakan di dalam suatu tuturan seperti

kata *tolong* pada kalimat imperatif dan kata *terima kasih* pada kalimat apresiatif.

Kalimat Imperatif

Dalam hal ini, kalimat imperatif (Rahardi, 2005) adalah kalimat yang mengandung maksud memerintah atau meminta agar mitra tutur menuruti sesuatu yang diminta oleh si penutur.

(43) "Cek DM" -> meminta admin memeriksa kotak pesan tanpa mengucapkan *tolong/mohon*

(44) "Solusinya dong!" -> meminta solusi dari admin, tetapi menahan penggunaan kata santun *mohon/tolong*

Kalimat Apresiatif

Kalimat apresiatif adalah kalimat yang mengandung kata-kata apresiasi.

(45) "Cek DM min." -> meminta admin memeriksa kotak pesan tanpa mengucapkan *terima kasih*

(46) "Udah diterima ya bantuannya admin" -> tidak mengucapkan *terima kasih* dan tidak memberikan penghargaan atas bantuan admin

Selain penggunaan kata santun seperti *tolong* dan *terima kasih*, ada pula contoh lain seperti tidak adanya kata sambutan/salam seperti *permisi* dan *halo* di awal percakapan. Dari hasil data sampling yang telah dianotasi, menahan kesantunan merupakan kategori ketidaksantunan tertinggi kedua yakni 26,2% atau sebanyak 411 tuturan dari 2.815 entri.

PENUTUP

Strategi ketidaksantunan yang ditemukan dalam data adalah menyindir, menahan kesantunan, menghina, tidak simpatik, menggunakan kata-kata tabu, menganggap tidak serius mitra tutur, menggunakan sapaan yang tidak seharusnya, mengancam, dan

menggunakan bahasa yang tidak jelas. Strategi ketidaksantunan yang paling banyak ditemukan adalah tuturan dalam bentuk sindiran, dengan jumlah total tuturan 31% dari data keseluruhan. Pada data, ditemukan adanya preferensi tuturan ketidaksantunan dalam bentuk sindiran sebagai ekspresi ketidaksantunan tidak langsung. Hal ini menunjukkan bahwa budaya basa-basi masyarakat Indonesia masih melekat.

Melalui topik riset ini, peneliti berharap untuk menyampaikan kajian yang bersifat praktis. Peneliti menyiapkan penelitian lanjutan terkait dengan topik dan objek yang sama dengan rumusan masalah berbeda, yaitu fungsi, makna, dan faktor yang memengaruhi tindak ketidaksantunan pelanggan terhadap *customer service*. Hal ini dapat menjadi masukan untuk pengusaha penyedia jasa layanan internet dalam hal peningkatan layanannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Bousfield, D., & Locher, M. A. (2008). Impoliteness in language: Studies on its interplay with power in theory and practice. In *Impoliteness in Language: Studies on its Interplay with Power in Theory and Practice*. <https://doi.org/10.1515/9783110208344>
- Brown, P., & Levison, S. (1987). *Politeness: Some universals in language usage*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Bussmann, H. (2006). *Routledge Dictionary of Language and Linguistics*. <https://doi.org/10.4324/9780203980057>
- Cleary, M., & Freeman, A. (2005). Email etiquette: Guidelines for mental health nurses. *International Journal of Mental Health Nursing*, 14(1), 62–65. <https://doi.org/10.1111/j.1440-0979.2005.00356.x>
- Culpeper, J. (1996). Towards an anatomy of impoliteness. *Journal of Pragmatics*, 25(3). [https://doi.org/10.1016/0378-2166\(95\)00014-3](https://doi.org/10.1016/0378-2166(95)00014-3)
- detikcom, T. (2020a). 6 bulan berlalu, kapan sebenarnya Corona masuk Indonesia? Diperoleh dari detik.com.
- _____. (2020b). Timeline PSBB Jakarta hingga tarik rem darurat. Diperoleh dari detik.com.
- Hanif, A. (2018). *Ketidaksantunan tuturan juri dalam acara Master Chef Indonesia di RCTI (Sebuah Pendekatan Pragmatik)*. Skripsi. Universitas Sebelas Maret.
- Hidayat, H. N., & Immerry, T. (n.d.). *Pelecehan terhadap perempuan dalam MEME*. Diperoleh dari <http://kafaah.org/index.php/kafaah/index>
- Ibrahim, Fatimah binti & Abdullah, N. L. binti. (2016). Pengaruh ketidaksantunan bahasa dalam iklan kosmetik terhadap masyarakat. Kumpulan Makalah Seminar Psikologi Kebangsaan-III, 317–325.
- Iskandar. (2020). *Tagar di rumah aja trending topik, Cara warganet tangkal virus Corona*. Diperoleh dari Liputan6.com.
- Jay, T. (2009). The utility and ubiquity of taboo words. *Perspectives on psychological science*, 4(2), 113–125. <https://doi.org/10.1111/j.1745-6924.2009.01115.x>
- Kasper, G., & Blum-Kulka, S. (1993). *Interlanguage pragmatics*. Oxford: Oxford University Press.
- Lapidot-Lefler, N., & Barak, A. (2012). Effects of anonymity, invisibility, and lack of eye-contact on toxic

- online disinhibition. *Computers in Human Behavior*, 28(2), 434-443. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2011.10.014>
- Mahsun. (2017). *Metode penelitian bahasa edisi ketiga (Tahapan, strategi)* (3rd ed.). Depok: PT Raja Grafindo Persada.
- Poldi, F., & Zacharias, C. (2021). *GitHub - twintproject/twint: An advanced Twitter scraping & OSINT tool written in Python that doesn't use Twitter's API, allowing you to scrape a user's followers, following, Tweets and more while evading most API limitations* (v2.1.20). GitHub.
- Rahardi, R. K. (2005). *Pragmatik kesantunan imperatif bahasa Indonesia*. Jakarta: Erlangga.
- Reinig, B. A., & Mejias, R. J. (2004). The effects of national culture and anonymity on flaming and criticalness in GSS-supported discussions. *Small Group Research*, 35(6), 698-723. <https://doi.org/10.1177/1046496404266773>
- Rohde, H. (2006). Rhetorical questions as redundant interrogatives. *San Diego Linguistics Papers*, 2(2).
- Rusminto, N. E. (2015). *Analisis wacana Sebuah kajian teoritis dan praktis*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Taylor, C. (2016). Mock politeness and culture: Perceptions and practice in UK and Italian data. *Intercultural Pragmatics*, 13(4), 463-498. <https://doi.org/10.1515/ip-2016-0021>
- Team, E. (n.d.). *Oxford Learner's Dictionaries*. Oxford: Oxford University Press.
- Turnage, A. K. (2007). Email flaming behaviors and organizational conflict. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), 43-59. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2007.00385.x>
- Yus, F. (2011). *Cyberpragmatics : internet-mediated communication in context* (A. Fetzer (ed.)). Amsterdam: John Benjamins Publishing Company.